

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Hakekat Geografi adalah mempelajari gejala-gejala di permukaan bumi secara keseluruhan, hubungan manusia dengan manusia, hubungan manusia dengan lingkungannya baik fisik maupun menyangkut makhluk hidup lainnya dengan memperhatikan tiap-tiap gejala secara teliti dalam hubungan interaksi-interaksi keruangan. Ilmu geografi mempunyai unsur-unsur dalam pembahasannya antara lain tentang letak, batas dan pola persebarannya (Nursid Sumaatmadja, 1982). Salah satu bentuk konkrit dari kajian geografi adalah mempelajari tentang aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi yaitu keberadaan dan kegiatan Pasar.

Christaller dalam Daldjoeni (1997), Pemusatan kegiatan terjadi pada lokasi sentral yang umumnya memiliki jumlah penduduk yang besar. Hal ini sesuai dengan teori (*Central Place Theory*) yaitu tempat yang lokasinya memiliki suatu hierarkhi pusat-pusat urban, dimana kota-kotanya yang kecil menyajikan kebutuhan dan pelayanan yang terbatas saja untuk kehidupan sehari-hari, sedangkan kota-kotanya yang besar di samping menjamin fasilitas bagi penghuninya sendiri juga menyediakan kebutuhan bagi penduduk di wilayah pedalamanya. Sehingga memungkinkan partisipasi manusia dalam kuantitas yang maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen barang-barang yang dihasilkannya. Sehubungan dengan teori tersebut maka pasar sebagai salah satu pusat pelayanan ekonomi rakyat umumnya terletak pada lokasi sentral, strategis serta mudah di jangkau oleh masyarakat. Dengan demikian menyebutkan bahwa pasar senantiasa tumbuh di pusat-pusat dari kumpulan penduduk dimana penduduk tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhan sendiri sehingga memerlukan bantuan dari pihak luar sehingga terjadilah tukar menukar barang di tempat-tempat yang relatif strategis yang umumnya berada di tengah-tengah permukiman penduduk.

Perdagangan merupakan suatu kegiatan interaksi, baik interaksi antara manusia dengan manusia, interaksi antar kelompok manusia dengan latar belakang sosial budaya yang berbeda, maupun interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Perdagangan merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Tempat yang sering terjadi transaksi perdagangan salah satunya adalah pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang di buka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional memiliki potensi yang tidak bisa diabaikan baik secara ekonomis mampu menghidupi ribuan orang ataupun merupakan tempat untuk memenuhi kebutuhan. Secara alami di pasar akan terbangun sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial, mulai dari pedagang besar, pedagang kecil, pedagang lesehan, pedagang kaki lima, buruh angkut atau gendong dan pembeli ( Polanyi Kotler, 2001).

Jaringan- jaringan pemasaran untuk komoditas pertanian merupakan salah satu perkembangan sistem pemasaran dan memberikan pilihan pasar bagi komoditas pertanian yang dihasilkan oleh petani. Perdagangan di pasar tradisional mempunyai jaringan perdagangan yang melibatkan banyak pedagang dalam arus barang yang keluar masuk. Arus barang yang keluar masuk dapat dibedakan antara barang-barang produksi non-pertanian yang mengalir dari desa ke kota. Para petani tersebut memerlukan beberapa pedagang dalam penyaluran peredaran barang dagangan sebelum sampai ke konsumen. Peredaran yang tersingkat adalah dari tangan seorang petani langsung kepada konsumen, hal tersebut tidak adanya pedagang perantara di antara produsen dan konsumen (PPK UGM,1989).

Salah satu pusat perekonomian bagi suatu daerah adalah pasar. Aktifitas penduduk dan masyarakat dalam hubungannya dengan pemanfaatan lingkungan atau pemanfaatan ruang adalah aktifitas perdagangan, sehingga keberadaanya sangat

penting tidak hanya bagi pendorong roda perekonomian tapi juga ketersediaan bahan pokok bagi masyarakat sekitar dan salah satu tempat transaksi jual-beli tersebut adalah Pasar Tradisional Karangpandan yang berada di wilayah Kabupaten Karanganyar.

Pasar karangpandan letaknya yang berada di jalur lintas provinsi Jawa tengah dan Jawa timur tepatnya pada jalan raya solo-tawangmangu, posisi tersebut membuat pasar karangpandan cukup strategis sebagai daerah perdagangan antar wilayah. Pasar karangpandan yang terdiri dari satu lantai mempunyai luas 15.415 m<sup>2</sup> dengan jumlah pedagang secara keseluruhan 1.302 orang.

Tabel 1.1 Jumlah pedagang Los di Pasar Karangpandan

<b>Nama Blok</b>	<b>Jumlah Pedagang</b>
Makanan	31 orang
Daging ayam	13 orang
Tempe, tahu	16 orang
Telo, pisang cecek	17 orang
Roti / snack	17 orang
Grabatan	34 orang
Grabah	14 orang
Sayur	38 orang
Buah	28 orang
Beras	30 orang
Kerupuk	17 orang
Kelontong	30 orang
Asesoris	23 orang
Pakaian	110 orang
Sepatu / sendal	22 orang
Alat rumah tangga, pacul, jahit	22 orang

Sumber: Dinas Pasar Karangpandan 2017

Pasar Karangpandan menjadi sandaran hidup bagi banyak orang dan interaksi sosial yang menjadi sangat kental di dalam pasar, mulai dari tata cara penjualan (sistem tawar-menawar). Pasar tradisonal merupakan kumpulan para wirausaha yang memiliki modal usaha sendiri, salah satunya adalah Pasar karangpandan. Pasar Karangpandan merupakan pasar tradisonal sebagai pusat kegiatan ekonomi yang cukup besar di wilayah karanganyar. Pasar Karangpandan mempunyai aktivitas yang tinggi dikarenakan lokasinya yang sangat strategis dan mudah di jangkau, Pasar Karangpandan mampu menyediakan segala macam kebutuhan rumah tangga, sehingga betul-betul pasar ini menunjukkan adanya interaksi sosial.

Pasar karangpandan terdapat adanya berbagai macam yang menjual kebutuhan pokok rumah tangga seperti pedagang sayur. Pedagang sayur yang berada di pasar karangpandan ini hanya mempunyai peranan kecil dalam kegiatan pasar karangpandan, dikarenakan pedagang sayur dalam urutan jumlahnya berada di nomer dua, sedangkan pedagang pakaianlah yang mempunyai urutan yang paling banyak dalam berjualan di pasar karangpandan.

Tabel 1.2 Pedagang sayur Pasar Karangpandan

<b>Jenis Pedagang</b>	<b>Komoditi</b>	<b>Skala usaha</b>	<b>Transaksi pembelian</b>	<b>Lokasi</b>
Pedagang Eceran	Sayur	Kecil	Kontan	Luar pasar atau Pinggir pasar
Pedagang Lesehan	Sayur	Besar	Kontan	Dalam pasar dan luar pasar

Sumber : Dinas Pasar Karangpandan 2017

Pasar karangpandan masih merupakan tempat strategis bagi usaha kecil menengah dalam mencari akses pemasaran dan pasar sebagai unit kegiatan ekonomi. Pasar Karangpandan mempunyai peranan yang penting bagi masyarakat karangpandan dan sekitarnya. Peranan tersebut selain menempatkan pasar sebagai tempat transaksi jual-beli antar pedagang dan pembeli, juga petani yang ingin

menjual hasil bumi dan hasil pertaniannya guna meningkatkan perkembangan usahanya. Pedagang Pasar Karangpandan berasal dari wilayah setempat atau dari luar daerah. Di pasar Karangpandan terdapat dua jenis pedagang yaitu pedagang eceran dan lesehan kedua pedagang tersebut mempunyai skala usaha tersendiri, mulai dari skala usaha sedang sampai skala usaha besar.

Pedagang sayur yang di kategorikan sebagai skala usaha kecil jika menggunakan tenaga upahan kurang dari dua orang, dan kuantitas barang yang di perjual belikan cukup banyak, yaitu dalam satu komoditas sayur memiliki 5-10 macam dan memiliki relasi berdagang hanya dilingkup sampai kabupaten dalam satu provinsi. Pedagang sayur yang di kategorikan sebagai usaha skala besar jika menggunakan tenaga upah lebih dari dua orang, dan kuantitas barang yang di perjual belikan dalam jumlah banyak, yaitu dalam satu komoditas sayur memiliki lebih dari 10 macam, dan memiliki relasi pedagang sampai luar kabupaten bahkan sampai luar provinsi (PPK UGM,1989)

Pedagang sayuran memulai aktifitasnya pada siang hari yaitu pada pukul 13.00 sampai pagi hari yaitu pukul 06.00 WIB. Berbagai jenis sayuran yang terjual di Pasar Karangpandan. Pedagang sayuran di Pasar Karangpandan menjual berbagai jenis sayuran dalam jumlah besar maupun kecil atau bisa disebut dengan eceran. Pedagang yang menjual jenis sayuran dalam jumlah besar dan memiliki tenaga upah bisa disebut dengan bakul. Di dalam aktifitas perdagangan berlangsung, pedagang Pasar Karangpandan memerlukan hubungan sosial dengan aktor-aktor lainnya, dimana pedagang ini memperoleh dagangannya sayuran dari berbagai produsen, seperti memperoleh sayuran dari petani langsung, dan dari pedagang pengepul yang di peroleh berasal dari luar daerah Kabupaten Karanganyar dan luar provinsi.

Namun demikian untuk mengetahui cara memperoleh barang dagangan ini dapat membentuk suatu jaringan perdagangan, bentuk jaringan pedagang yang terjadi di Pasar Karangpandan dimana untuk mendapatkan berbagai macam jenis sayuran yang di jual di Pasar Karangpandan lebih sering di pasok dari petani langsung, supplier atau pedagang besar daerah maupun dari luar daerah sebelum sampai

ketangan konsumen. Selain lokasi Pasar karangpandan yang strategis, Pasar karangpandan mempunyai jarak yang relatif dekat dengan lahan pertanian sayur. Pasar Karangpandan mempunyai akses transportasi yang sangat bagus dimana Pasar Karangpandan di lewati jalur lintas provinsi yaitu provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur sehingga pedagang maupun supplier dari luar daerah dalam proses pengiriman atau pemasokan sayuran ke pedagang-pedagang di Pasar Karangpandan akan lebih mudah dan cepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka di lakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS VARIASI JARINGAN PEDAGANG SAYUR DIPASAR KARANGPANDAN KABUPATEN KARANGANYAR”**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimana variasi jaringan pedagang sayur di Pasar Karangpandan?
- b. Bagaimana karakteristik pedagang sayur di Pasar Karangpandan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Menganalisis variasi jaringan pedagang sayur yang ada di Pasar Karangpandan.
- b. Menganalisis karakteristik pedagang sayur yang ada di Pasar Karangpandan.

### **1.4 Kegunaan penelitian**

- a. Untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program sarjana strata satu (S-1) Fakultas Geografi Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran kepada pemerintah Kecamatan Karangpandan terutama dinas pengelola Pasar.

- c. Sebagai tambahan referensi di Fakultas Geografi Universitas Muhamadiyah Surakarta.

## **1.5 Telaah pustaka dan Penelitian Sebelumnya**

### **1.5.1 Telaah pustaka**

#### **a) Teori Lokasi**

Pemusatan kegiatan biasanya terjadi pada lokasi sentral yang umumnya memiliki jumlah penduduk yang besar. Hal ini sesuai dengan pernyataan teori Christaller (dalam Daldjoeni, 1997) mengenai tempat sentral (*Central Place Theory*) yaitu tempat yang lokasinya sentral dimana tempat tersebut memungkinkan manusia dalam kuantitas yang maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen barang-barang dan pelayanan yang dihasilkannya. Tempat-tempat semacam itu memiliki kawasan pengaruh terhadap daerah sekitarnya.

Berdasarkan konsep teori tempat terpusat (Christaller dalam Daldjoeni, 1997) kota berfungsi sebagai penyelenggaraan dan penyediaan jasa bagi sekitarnya. Kota merupakan suatu pusat pelayanan, dari hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kota pada awalnya bukan sebagai tempat pemukiman melainkan pusat pelayanan. Sehubungan dengan teori Christaller tersebut maka pasar sebagai salah satu pusat pelayanan ekonomi rakyat umumnya terletak pada lokasi sentral, strategis serta mudah dijangkau oleh masyarakat. Dengan demikian kesimpulan Christaller menyebutkan bahwa pasar senantiasa tumbuh di pusat-pusat dari kumpulan penduduk dimana penduduk tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga memerlukan bantuan dari pihak luar sehingga memerlukan bantuan dari pihak luar sehingga terjadilah tukar menukar barang di tempat-tempat yang relatif strategis yang umumnya berada di tengah tengah pemukiman penduduk.

Lokasi pertanian menitikberatkan pada 2 hal utama tentang pola keruangan pertanian yaitu jarak lokasi pertanian ke pasar dan sifat produk pertanian (keawetan,

harga, beban angkut). Hal ini sesuai dengan pernyataan teori (Von Thunen dalam Robinson Tarigan, 2015) Berdasarkan konsep teori tersebut disimpulkan bahwa harga sewa lahan pertanian nilainya tergantung tata guna lahannya. Lahan yang berada di dekat pusat kota akan lebih mahal di bandingkan lahan yang jauh dari pusat kota karena jarak yang makin jauh dari pusat kota/kegiatan, akan meningkatkan biaya transportasi. Model Teori Lokasi Pertanian Von Thunen membandingkan hubungan antara biaya produksi, harga pasar dan biaya transportasi. Hasilnya adalah suatu pola penggunaan tanah berupa diagram cincin seperti gambar 1.1 berikut :



**Gambar 1.1** Diagram cincin Von Thunen

Semua penggunaan tanah pertanian memaksimalkan produktifitasnya masing-masing, dimana dalam kasus ini bergantung pada lokasi dari pasar (pusat kota). Banyaknya kegiatan yang berpusat pada kota atau pusat pasar ini menjadikan kota memiliki nilai yang lebih ekonomis untuk mendapatkan keuntungan maksimal bagi para pelaku pertanian. Faktor jarak juga menentukan nilai suatu barang, semakin jauh jarak yang ditempuh oleh para petani maka biaya transportasi yang dikeluarkan akan semakin meningkat, sehingga para petani akan memilih untuk menyewa lahan yang lebih dekat dengan pusat pasar atau kota dengan harapan bisa mendapatkan nilai atau harga barang yang lebih tinggi tanpa harus mengeluarkan biaya transportasi yang tinggi.



### **b) Pengertian Pasar**

Pasar tradisional merupakan tempat pelayanan sosial dan pelayanan ekonomi. Pedagang eceran dalam jumlah besar terdapat di pasar tradisional dari waktu ke waktu mengalami perubahan menyangkut bangunan fisik pasar. Pelayanan langsung secara manusiawi (tawar-menawar) sudah merupakan kebiasaan di pasar walaupun harga relatif murah dan mutu barang yang kurang diperhatikan, terutama kebersihan barang dagangan. Pasar juga merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang dan jasa yang ditawarkan untuk dijual dan tersedianya perpindahan kepemilikan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli menginginkan serta membutuhkan barang yang terdapat di pasar melalui proses pertukaran (Ibrahim Sulaiman, 1988).

Dewey (1962) mengatakan untuk memahami pasar dalam bentuk luas maka perlu dilihat dari dua sudut pandang, pertama sebagai suatu aliran barang dagangan dan jasa, kedua yaitu sebagai suatu kumpulan mekanisme ekonomi yaitu, dengan adanya harga yang merupakan suatu sistem sosial dan budaya. Pasar bukanlah tumbuh dari lingkungan setempat melainkan dimasuki daerah luar, hal ini merupakan salah satu bentuk keterkaitan antara ruang.

### **c) Fungsi Pasar**

Pasar tradisional sebagai salah satu sarana umum yang menjadi lahan pertemuan antara penjual dan pembeli. Pasar sebagai sarana umum transaksi antara penjual dan pembeli barang serta jasa. Bagi produsen pasar sebagai tempat untuk memperoleh barang-barang yang akan digunakan dalam satu proses produksi. Bagi konsumen pasar memberikan kemudahan untuk memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkan, dengan demikian konsumen dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga. Pasar juga mengalami perkembangan menjadi pusat tukar menukar informasi, pusat kerumunan penjual barang dan jasa serta tempat pengurangan pengangguran. Tak jarang lokasi pasar yang tradisional ini, lama-kelamaan menjadi sarana pendatang untuk memperoleh pendapatan dalam kegiatan di dalam pasar tersebut. Selain itu pasar juga

berperan sebagai tempat memasarkan dan mempromosikan hasil produksi (Wahyu Dwi Sutami, 2005)

Miller dan Meiners (2000), mengatakan bahwa pasar memiliki dua fungsi yang sangat penting yaitu :

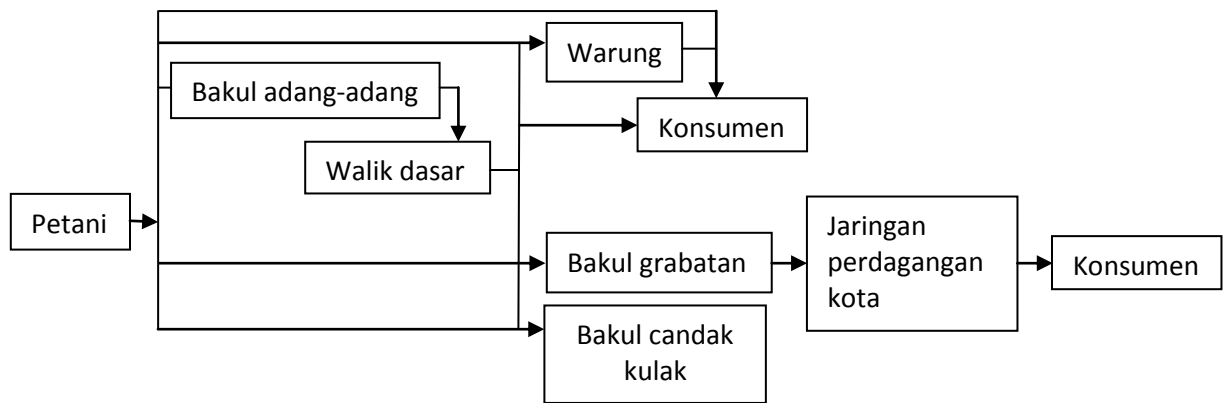
1. Pasar kompetitif menyediakan informasi atau pengetahuan yang harus dimiliki oleh konsumen dan produsen dalam rangka memperhitungkan peningkatan penurunan barang-barang langka atau sumber daya produktif melalui penyesuaian harga relatif yang mudah di pahami.
2. Pasar berfungsi memotivasi konsumen dan produsen untuk bereaksi atau memberi tanggapan secara layak informasi. Dengan memberi imbalan yang lebih tinggi baik itu berupa upah, laba, atau utilitas kepada produsen dan konsumen, dan juga produsen yang lebih baik reaksinya.

#### **d) Jaringan Perdagangan**

Perdagangan Pasar Tradisional memiliki variasi jaringan. Jaringan tersebut adalah jaringan antara pedagang pengepul dengan pedagang, pedagang dengan konsumen, antara sesama pedagang, pedagang dengan petugas pasar. Hal tersebut merupakan relasi yang kompleks meliputi banyak pihak dalam arus perputaran keluar masuknya barang dagangan dari pasar maupun ke pasar, dan pelaku dalam perdagangan tidaknya hanya pedagang saja dalam arti orang yang membeli dan membayar suatu barang lalu menjualnya kembali pada kesempatan lain dengan mengambil untung dari kegiatan tersebut. Barang juga bisa melalui seorang pedagang perantara, yaitu dari seorang petani berpindah ke tangan seseorang pemilik warung kemudian akan di beli ke konsumen terakhir. Kedua kasus di atas biasanya melibatkan petani, pedagang, perantara dan konsumen yang berasal dari desa yang sama (PPK UGM, 1989).

Pedagang perantara yang akan membawa barang keluar dari desa ke desa terdekat adalah bakul adang-adang. Dari seorang petani, bakul adang-adang akan membawa barang ke bakul pasar, melalui bakul pasar, barang akan sampai ke konsumen. Selain itu, dari seorang bakul pasar barang akan berpindah ke tangan

seorang pedagang warung terlebih dahulu, kemudian akan sampai ke tangan konsumen. Jalur yang lebih panjang akan terjadi bilamana dari seorang bakul pasar barang berpindah tangan ke seorang pedagang candak-kulak dan kemudian membawa barang tersebut ke kota.



**Gambar 1.2** Jaringan Perdagangan Pasar Tradisional, PPK UGM 1989

#### e) Karakteristik Pedagang Tradisional

Perdagangan adalah cara yang relatif bersifat damai untuk memperoleh barang dagangan yang tidak tersedia di tempat, dengan tujuan dijual dan membawa barang dagangan dari tempat lain. Dalam aktifitas perdagangan, pedagang adalah orang yang membeli barang dagangan dari pedagang lain atau dibuat sendiri, kemudian dijual langsung berhadapan dengan konsumen atau pembeli dimana tempat usahanya di pasar (Wahyu Dwi Sutami, 2005)

Team peneliti (PPK-UGM, 1988) menyepakati bahwa dalam dunia perdagangan di Jatinom terdapat istilah-istilah setempat yang menunjuk pada pengkategorian pedagang tradisonal, pengertian yang tercakup dalam istilah-istilah tersebut di jelaskan ke dalam beberapa sub-kelompok pedagang meliputi :

*Bakul Adang-adang* merupakan individu pedagang untuk mendapatkan barang dagangannya dengan cara menghadang. Petani dan bakul adang-adang biasanya bertemu dan melakukan transaksi di daerah yang dianggap strategis seperti persimpangan-persimpangan, perempatan jalan, pohon besar maupun batu besar. Di

lokasi tersebut Seorang bakul adang-adang akan mencegat atau menghadang para petani yang hendak menjual hasil buminya. Dengan demikian bakul adang-adang bertindak selaku penghubung jalur perdagangan antara petani dengan pasar.

*Bakul Grabatan* merupakan pedagang yang menjual berbagai jenis hasil pertanian sayur-sayuran maupun buah-buahan di pasar. Untuk memperoleh barang dagangannya seorang bakul grabatan yaitu dengan cara membeli dari petani secara langsung atau dengan cara yang sama dengan bakul adang-adang. Seorang bakul grabatan dapat dikenali dari alat yang digunakan untuk memasarkan barang dagangannya. Mereka mengangkut barang dagangannya dengan mengendarai sepeda yang dilengkapi keranjang anyaman dari bambu atau sering disebut bronjong yang di letakan di bagian sepeda belakang. Bakul grabatan memasarkan beraneka macam hasil bumi, terutama sayuran dan berbagai buah-buahan.

*Bakul Walik dasar* yaitu pedagang yang memperoleh serta menjual barang di tempat yang sama atau berlangsung dalam pasar yang sama dalam istilah setempat disebut kulak pinggir dol tengah, yang artinya pedagang tersebut membeli barang dagangannya di pinggir pasar, kemudian menjualnya di dalam pasar atau bisa di artikan memindahtangankan barang dagangan seorang bakul ke bakul yang lain di dalam pasar yang sama.

*Bakul pinggir mergi* merupakan pedagang atau bakul yang menjajakan barang dagangannya dengan cara menggelar di sepanjang trotoar. Pedagang tersebut umumnya menempatkan barang-barang dagangannya di atas sehelai tikar atau plastik dan membuat semacam tenda yang mudah di bongkar dan di pasang kembali. Pedagang tersebut biasanya sudah mempunyai tempat mangkal yang tetap tidak berpindah-pindah.

*Bakul ider* merupakan pedagang yang menjalankan usaha dengan berkeliling menjajakan barang dagangannya, selalu berpindah-pindah dari satu tempat ketempat yang lain baik di dalam pasar maupun rumah kerumah. Jenis barang yang di perdagangkan berupa makana pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Seorang pedagang tersebut biasanya mempunyai pembeli tetap atau langganan.

*Bakul pasar lesehan* merupakan pedagang yang berjualan dengan cara menggelar barang dagangannya di tanah atau lesehan di dalam atau di pinggir pasar. Pedagang tersebut umumnya duduk di tanah atau lesehan sambil menunggu dan menjajakan barang dagangannya. Jenis komoditi yang di perjual-belikan yaitu barang produksi pertanian, kebutuhan sehari-hari seperti sayur-sayuran, bumbu palawija, beras dan sebagainya.

*Bakul candak kulak* merupakan pedagang yang secara langsung membeli dan mencari barang dagangannya langsung ke petani-petani produsen. Sesuai dengan namanya, jenis barang dagangan yang di beli oleh seorang pedagang tersebut tidak terbatas pada jenis barang tertentu. Pedagang tersebut biasanya membeli atau kulakan barang-barang sedapatnya (Sak kecandake) atau lebih tepatnya, barang-barang yang ada dan tersedia itulah yang akan di beli untuk di jual lagi.

*Pedagang kios* salah satu tipe pedagang yang mempunyai aktivitas menjual berbagai jenis keperluan dapur yang tahan lama, seperti bumbu-bumbu, garam, gula, dan beras serta makanan kecil. Pedagang kios tersebut biasanya mempunyai lokasi yang berada disekitar pasar, baik dalam pasar maupun di sepanjang jalan kepasar. Bangunan kios umumnya bangunan permanen yang pada bagian depannya dilengkapi dengan jendela besar terbuat dari beberapa bilah papan kayu. Papan –papan tersebut bisa di buka dan di pasang kembali dan bagian itu berfungsi sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Pedagang yang menjalankan usahanya dengan menggunakan bangunan kios biasanya skala usahanya besar dalam berdagang.

*Pedagang warung* yaitu pedagang yang bertempat pada bangunan permanen, seperti rumah tetapi sudah di modifikasi. Jenis barang yang di jual di warung umumnya kebutuhan pokok sehari-hari berupa barang untuk keperluan dapur yang tahan lama , seperti minyak goreng, bumbu-bumbu dan garam, makanan jadi, bahan untuk lauk-pauk dan sayuran.

*Pedagang bango* merupakan salah satu ciri pedagang yang biasanya menempati sebagian kecil dari ruangan rumah atau bahkan hanya menggunakan sebuah meja untuk meletakkan barang dagangannya. Pedagang bango yang berjualan di luar rumah

biasanya menempati bangunan yang tidak permanen yang mudah di bongkar dan di pasang kembali dalam waktu yang relatif singkat. Jenis barang dagangan yang di jual oleh pedagang bango yaitu barang makanan jadi dan bahan masakan.

*Pedagang toko* merupakan pedagang yang bertempat tinggal secara permanen dan bisanyan terletak di tepi jalan besar. Pedagang toko ini hampir sama dengan pedagang kios hanya saja yang membedakan pedagang toko lebih besar skala usahanya di bandingkan dengan pedagang kios. Jenis barang yang di jual oleh pedagang toko umumnya produk non pertanian seperti barang elektronik, sembako, pakaian yang di suplai dari kota melalui pedagang.

### **1.5.2. Penelitian Sebelumnya**

Farrah Ika R (2010) melakukan penelitian dengan judul : “ Karakteristik pedagang pasar legi di Kecamatan Banjarsari di Kota Surakarta”

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Karakteristik pedagang pasar legi sebagai berikut :
  - Mayoritas pedagang pasar legi adalah wanita.
  - Pendidikan terakhir pedagang mayoritas tamatan SD
  - Lama usaha rata – rata 24,6 tahun
- b. Hubungan antara pendapatan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
  - Semakin besar modal semakin besar pendapatan
  - Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar pendapatan
  - Semakin lama usaha, semakin besar pendapatan

Hanif N (2013) melakukan penelitian dengan judul : “ Analisis Pasar Delanggu Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten”.

Penelitian ini dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Karakteristik penjual atau pedagang pasar delanggu

- Umur dari penjual atau pedagang di pasar delanggu sebagian besar 90% berusia produktif
  - Penjual atau pedagang di Pasar Delanggu mayoritas perempuan 70%
  - Banyak 34% berpendidikan terakhir adalah SMP atau sedang
  - Barang dagangan sebagian besar berasal dari klaten
  - Pedagang mengalami cukup lama usaha berdagang 17 tahun
  - Modal pedagang rata-rata 1.942.800
  - Pedagang sebagian besar berasal dari kelurahan Delanggu
- b. Data asal barang dapat diketahui asal barang-barang yang beredar di Pasar Delanggu sebagai berikut :
- Barang elektronik berasal dari Yogyakarta
  - Pakaian berasal dari solo
  - Sembako berasal dari Klaten kota
  - Sayuran berasal dari karanganyar
  - Alat-alat pertanian berasal dari Klaten
  - Makanan berasal dari Klaten

Tabel 1.3 Perbandingan penelitian sebelumnya :

Nama	Judul	Tujuan	data	Metode	Hasil
Farrah Ika R (2010)	karakteristik Pedagang Pasar Legi di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mengetahui karakteristik dan pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang di pasar Legi kecamatan Banjarsari</li> <li>-Mengetahui persebaran/ distribusi barang dagangan di pasar Legi</li> </ul>	1.Primer 2.Sekunder	Survei	1.Karakteristik pedagang Pasar Legi mayoritas adalah pedagang wanita, pendidikan terakhir pedagang mayoritas tamatan SD, lama usaha rata-rata 24,6 tahun.  2.Hubungan antara pendapatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi : semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar pendapatan, semakin lama usaha semakin besar pendapatan, semakin besar modal semakin besar pendapatan
Hanif N. D (2013)	Analisa Pasar Delanggu Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mengetahui karakteristik dari pedagang, pembeli pasar.</li> <li>-Mengetahui peredaran barang di pasar Delanggu Kec. Delanggu</li> <li>-Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan usaha pedagang.</li> </ul>	1.primier 2.Sekunder	Survei	1.Karakteristik penjual atau pedagang pasar Delanggu: Pedagang pasar Delanggu mayoritas perempuan 70%, Usia pedagang sebagian besar 90% berusia produktif, Banyak 34% berpendidikan terakhir SMP, Barang dagangan sebagian besar berasal dari Klaten, Modal pedagang rata-rata Rp. 1.942.800, Pedagang sebagian besar berasal dari Kelurahan Delanggu. 2.Karakteristik pembeli di Pasar Delanggu: Pembeli rata-rata berasal dari Kec.Delanggu, Pekerjaan pembeli sebagai Ibu Rumah Tngga, pembeli berlebelanja untuk kebutuhan sehari-hari. 3.Semakin tinggi modal maka semakin tinggi pendapatan pedagang. 4.Semakin lama usaha maka semakin tinggi pendapatan pedagang.



Faris Ardiansah (2016)	Analisis Variasi Jaringan pedagang sayur Di Pasar karangpandan Kabupaten Karanganyar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui variasi jaringan pedagang sayur yang berada di Pasar Karangpandan</li> <li>- Mengetahui karakteristik pedagang sayur Pasar Karangpandan</li> </ul>	1.Primer 2.Sekunder	Sensus	<p>1. Variasi Jaringan pedagang Pasar Karangpandan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu dari petani dan dari pedagang pengepul. Sayur yang berasal dari luar daerah Kabupaten Karanganyar diperoleh pedagang sayur Pasar Karangpandan melalui pedagang pengepul. Sedangkan sayur yang berasal dari dalam Kabupaten Karanganyar diperoleh langsung dari petani.</p> <p>2. Karakteristik pedagang sayur Pasar Karangpandan mayoritas perempuan 23,68%, Daerah asal pedagang berasal dari Kecamatan Karangpandan 42,1%, Umur pedagang rata-rata berumur 45-54 28,95%, Pendidikan terakhir rata-rata lulusan SMP 44,76%, Lama usaha pedagang antara 11-20 tahun 44,73%, Pendapatan pedagang Pasar Karangpandan rata-rata perhari 200.000-400.000 55.26%</p>
------------------------------	--	--	------------------------	--------	---

Sumber : Peneliti 2017

## 1.6 Kerangka Penelitian

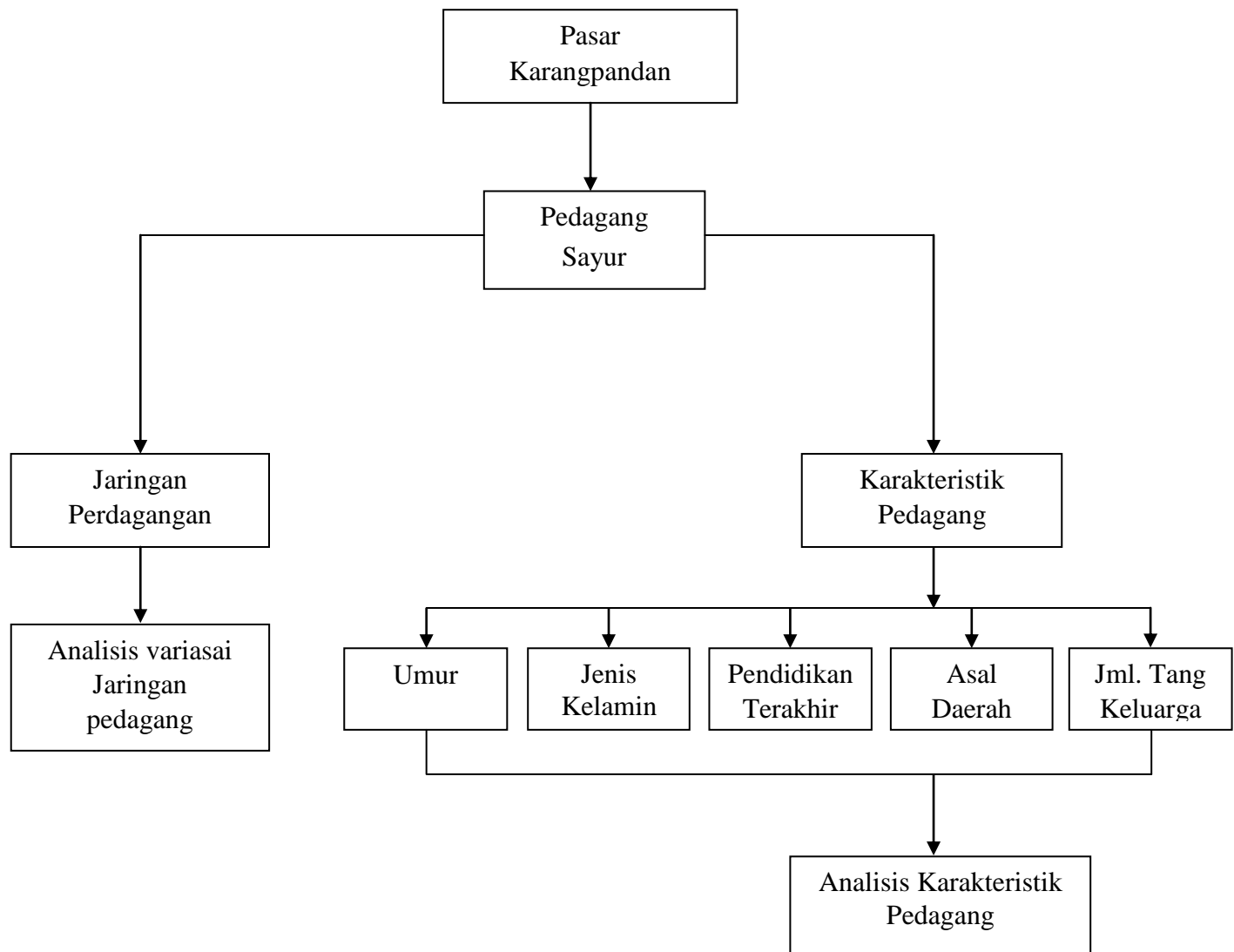
Pasar merupakan tempat untuk penjual dalam melakukan transaksi jual-beli, di samping itu barang merupakan suatu alat yang utama untuk melakukan transaksi jual-beli, dalam melakukan transaksi jual beli pedagang sebagai perantara antara pembeli dan barang yang akan di beli oleh konsumen, barang yang di jual pedagang di pasar biasanya berasal baik dari hasil pertanian maupun non pertanian. Pedagang biasanya memiliki karakteristik tertentu dalam melakukan kegiatan berdagangnya karakteristik yang di maksud baik mengenai umur pedagang, jenis kelamin pedagang, darimana pedagang itu berasal, pendidikan pedagang, pendapatan yang diperoleh pedagang.

Barang atau dagangan berupa sayuran yang di peroleh pedagang akan menggambarkan variasi jaringan perdagangan yang ada di pasar Karangpandan yang menjual atau menyediakan, seperti sayur-sayuran. Variasi jaringan perdagangan yang baik yaitu terjadi baik dari daerah Pasar Karangpandan ke daerah lain ataupun dari wilayah lain masuk ke pasar Karangpandan.

Berdagang sayur adalah pedagang yang menjual hasil pertanian berupa sayur baik pedagang eceran maupun bakul, karena dalam berdagang sayur tidak memerlukan keahlian khusus. Asal barang dan pemasaran sayur berdasarkan skala usaha pedagang yang dimiliki dapat menggambarkan suatu variasi jaringan perdagangan sebelum sayur sampai ke konsumen.

Pedagang sayur yang memperoleh dagangannya untuk menjalankan aktifitas berdagangnya berasal dari petani yang di dapat secara langsung dari daerah sekitar karangpandan, dan juga di dapat dari pedagang pengepul yang berada di luar kabupaten dan luar provinsi. Dari kegiatan pedagang tersebut akan membentuk variasi jaringan perdagangan sehingga dapat di analisis variasi jaringan perdagangannya.

### 1.7 Diagram Alir Penelitian



Sumber : Penulis, 2017

**Gambar 1.3** Diagram Alir Penelitian

### 1.8 Batasan Operasional

- a. Barang dagangan adalah semua barang yang di peroleh dari hasil pertanian maupun industri dengan tujuan untuk di jual (Kutanegara.DKK,1989).
- b. Jaringan adalah proses sosial dari pertukaran yang mana terjadi interaksi sosial antara pribadi – pribadi dengan tujuan utama pertukaran barang yang dikarenakan jarak geografis yang relatif jauh (Hans-Dieter Evers, 1988)
- c. Pasar tradisional merupakan tempat pelayanan sosial dan pelayanan ekonomi, dengan jumlah pedagang eceran yang besar, pelayanan secara manusiawi (tawar – menawar) walau dengan harga yang relatif rendah dan mutu yang kurang diperhatikan terutama kebersihan barang dagangan sebagai cirinya (Sinungan, 1987).
- d. Perdagangan adalah aktivitas jual beli untuk menukarkan uang dengan barang non pertanian maupun pertanian di tempat pelayanan perdagangan yaitu pasar, toko, warung.
- e. Pedagang adalah orang yang membeli barang dagangan dari pedagang lain atau di buat sendiri, kemudian di jual langsung berhadapan dengan konsumen atau pembeli dimana tempat usahayan di pasar (Ahmadi, 1995 dalam Edi priyanto, 2005)
- f. Pembeli adalah orang yang membeli/ menukarkan uang dengan barang di tempat perdagangan, seperti pasar, toko maupun warung (Salim Agus, 1983 dalam Edi priyanto, 2005)
- g. Penawaran merupakan kebiasaan di pasar walaupun belum tentu sebanding dengan mutunya (Ibrahim Suliman,1988).
- h. Sistem pasar adalah suatu bentuk organisasi masyarakat yang rumit dimana keselarasan dan efisiensi timbul dengan sendirinya dari apa yang kalau dilihat sepintas lalu merupakan masyarakat yang tak terkendali (Robert,1982).
- i. Tujuan berdagang adalah mempertahankan jumlah barang dagangan (stok barang) pada tingkat yang sama, sambil menyisihkan uang belanja untuk keperluan rumah tangga sehari-hari (Alexander,1987).